

DAFTAR PUSTAKA

- Adityasari, Novy. 2015. Endorsement Sebagai Trend Media Pemasaran Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Universitas Airlangga*, hal. 11.
- Amelia, Nita. 2020. Pengaruh Endorsement Dan Instagram Ads Terhadap Keputusan Pembelian Pada Industri Fashion Hijab Outfit Di Surabaya. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Awallia, Diah lailatul. 2018. Pengaruh Testimoni Dan Selebgram Endorsment Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Syariah Iain Ponorogo. *Skripsi*. Fakultas Hukum Ekonomi Syariah. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Bramantya, Yan Bayu. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud Vol. 5 (3)*, hal. 7.
- Dewi, Adhita Maharani. 2018. Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal. *Jurnal Ekonomi Vol. 3 (1)*, hal. 1-22.
- Dhaefina, Zahra, Merza Nur AR, Pirmansyah, Vicky F Sanjaya. 2020. Pengaruh Celebrity Endorsment, Brand Image, Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Vol. 1 (1)*, hal. 43-48.
- Dinggon, Mohamad Rizal, Bode Lumanauw, and Irvan Trang. 2015. Pengaruh Bauran Pemasaran, Celebrity Endorsment Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy Pada Mahasiswa FEB UNSRAT Manado. *Jurnal EMBA, Vol. 3 (3)*, hal. 1370–82.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gilson, Christoper, dan Harold W. Berkhman. 1980. *Advertising: Concept and strategies*. New York: Random House Inc.
- Gusrizaldi, Rogi, Eka Komalasari. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan. *Jurnal Valuta Vol. 2 (2)*, hal. 286-303.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Harsono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*.

- Hollensen, Svend and Schimmelpfennig, Christian. 2012. Selection of Celebrity Endorsers a Case Approach to Developing an Endorser Selection Process Model. University of Southern Denmark and University of St. Gallen, Switzerland. *Marketing Intelligence and Planning* 2013
- Hopkins. 2008. Social Media. *International Journal Of Marketing Vol. 1, hal 13 a New Perspective*.
- Indika, Deru R, Cindy Jovita. 2017. Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan, Vol. 1 (1), hal 25-32*.
- Indrawati dkk. 2017. *Perilaku Konsumen Individu*. Bandung: Refika Aditama.
- Ing G Phang & Furuoka, Fumitaka. 2007. An Examination Of The Celebrity Endorsers Characteristics And Their Relationship With The Image Of Consumer Products. University Malaysia Sabah. *UniTAR e-Journal, Vol. 3 (2), hal. 27-41*.
- Kalangi, Natalia Junni, Lucky F. Tamengkel, and Olivia Walangitan. 2019. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 8 (1), hal. 44-45*.
- Kotler, Philip, dan AB Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, and Armstrong. 2010. *Marketing Management*. Singapore: Person Prentice Hall, Singapore.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane K. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset, Media, Public Relatios, Advertaising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Medi.
- Lemeshow, Stanley, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga. 1997. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Lim, X. J., Radzol, A. R. bt M., Cheah J.. H., & Wong, M. W. 2017. The Impact Of Social Media Influencers on Purchase Intention And The Mediation Effect Of Customer Attitude. *Asian Journal Of Bussines Research Vol. 7 (2), hal. 19-36*.

- Magdalena, Maria, Lidya Martha, Jeniver Pribadi. 2018. Pengaruh Brand Image, Instagram Advertising Media Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Di Blend Coffee Padang. *OSF Preprints 2020*.
- Mawara, Zimri Remalya. 2013. Periklanan Dan Citra Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha. *Jurnal EMBA, Vol. 1 (3), hal. 826-835*.
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan. 2013. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mubarok, Dadan Abdul Aziz. 2016. Pengaruh Celebrity Endorsment Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Indonesia Membangun, Vol. 15 (3), hal. 63*.
- Muhid, Abdul. 2012. *Analisis Statistik*. Surabaya: Zifatama Publishing.
- Mulyadi. 2008. *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nurjannah, Siti. 2020. Strategi Promosi Akun Instagram @Surabaya_Foodies Pada Peningkatan Penjualan Kuliner. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Nurudin. 2012. *Media Sosial Baru*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Rachmawati, Rina. 2011. Peranan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik, Vol. 2 (2) hal. 143*.
- Riduwan. 2011. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Ritonga, Siti Dira Febrina. 2016. Pengaruh Iklan Pada Media Sosial Twitter Dan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Di Mataharimall.com. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 2 (2), hal. 422-429*.
- Rosaria, Abetha Alma. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser, Testimoni, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Bisnis Mikro Di Media Sosial Instagram Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. *Jurnal Pendidikan*.
- Sarwono, Jonathan. 2011. *Buku Pintar IBM SPSS Statistics 19*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Setiyaningrum, Ari, Jusuf Udaya, dan Efendi. 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran edisi I*. Yogyakarta: Andi.
- Shimp, Terence A. 2007. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid I edisi Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Sudaryono. 2017. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suri, Mahda. 2017. Pengaruh *Celebrity Endorser Online Shop* di *Instagram* Terhadap Citra Perusahaan Ladyfameshop, *Skripsi*. Universitas Bandar Lampung.
- Suryani dan Hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Swastha, Basu. 2008. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Wulandari, Sri Ayu. 2017. Pengaruh Penggunaan Endorsement Terhadap Omzet Penjualan Usaha Online Shop Di Palangka Raya. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah. Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
- Yusuf, A. Muri. 2014. *METODE PENELITIAN : Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan, 1st edition*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Zahra, R Ratika, Nofha Rina. 2018. Pengaruh *Celebrity Endorser* Hamidah Rachmyanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung. *Jurnal Lontar*, Vol. 6 (1), hal. 43-67.